

STUDI PEMASARAN WORTEL (*Daucus carota L.*) DI DESA CITEKO KECAMATAN CISARUA KABUPATEN BOGOR JAWA BARAT

*Marketing Carrot Study (*Daucus carota L.*) in Citeko Village Cisarua Subdistrict Bogor East Java*

Yunda Sulistian Saputri

Program Studi Agribisnis Universitas Mulawarman

PENDAHULUAN

Tanaman hortikultura merupakan salah satu faktor yang mendapat perhatian untuk dikembangkan, adapun jenisnya meliputi sayur-sayuran, buah-buahan dan juga tanaman hias.

Sayuran adalah salah satu kelompok hortikultura yang mempunyai arti dan kedudukan tersendiri dalam proses pembangunan nasional di sektor pertanian. Sayuran merupakan jenis bahan makanan yang dibutuhkan oleh tubuh dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Selain itu sayuran cukup potensial untuk penyediaan vitamin dan mineral yang penting bagi gizi masyarakat.

Tanaman sayuran yang mempunyai hasil produksi yang cukup besar di Indonesia salah satunya adalah wortel. Wortel mempunyai potensi untuk dikembangkan karena selain salah satu jenis sayuran yang amat digemari oleh masyarakat, wortel juga memiliki peran penting dalam penyediaan sumber vitamin dan mineral. Kuatnya pasaran wortel juga dapat dilihat dari pertumbuhan dan perkembangan perusahaan industri pengolahan yang mengolah umbi wortel menjadi berbagai bentuk produk makanan maupun minuman (Cahyono, 2002).

Pada tahun 2009, luas panen tanaman wortel di Indonesia sebesar 24.095 ha dengan produksi mencapai 358.014.000 kg dan produktivitas 14.860 kg ha⁻¹. Pulau Jawa menghasilkan komoditi wortel sebesar 70 % dari seluruh produksi wortel di Indonesia (Statistik Indonesia, BPS 2009).

Salah satu tempat yang menghasilkan wortel yang cukup besar di Pulau Jawa adalah Propinsi Jawa Barat. Luas panen tanaman wortel di Jawa Barat sebesar 6.614 ha, produksi wortel di Propinsi Jawa Barat pada tahun 2009 mencapai 128.253 ha dengan produktivitas 19.390 kg ha⁻¹ (Departemen Pertanian, 2009).

Menurut Sastraatmaja (1991), apabila peningkatan produksi tidak diikuti dengan sistem tataniaga yang baik maka tidak mungkin akan meningkatkan pendapatan petani. Oleh sebab itu baik atau buruknya sistem tataniaga sangat menentukan tinggi atau rendahnya pendapatan petani. Tataniaga merupakan salah satu komponen penting bagi usahatani, petani perlu mengalokasikan biaya tataniaga seefisien mungkin untuk memperoleh keuntungan.

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa, dan komoditi dari produsen ke konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga-lembaga pemasaran dalam menyampaikan komoditi pertanian dari produsen berhubungan satu sama lain yang membentuk jaringan tataniaga (Sudiyono, 2004).

Pemasaran adalah semua kegiatan sebelum dan sesudahnya yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif (Nitisemito, 1991).

Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha, pemasaran meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan kegiatan, yang bertujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sehingga mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli baik yang actual maupun potensial (Soedarsono, 1992).

Istilah tataniaga di negara kita diartikan sama dengan pemasaran atau distribusi yaitu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen, disebut tataniaga karena sesuatu yang menyangkut aturan permainan dalam hal perdagangan barang sedangkan disebut pemasaran karena sering terjadi transaksi di pasar (Mubyarto, 1994).

Tataniaga merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien, dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif sehingga tataniaga bukan semata-mata kegiatan untuk menjual barang dan jasa saja, karena sebelum dan sesudahnya merupakan kegiatan tataniaga (Nitisemito, 1991). Menurut Sigit (1992), tujuan dari pemasaran adalah mengarahkan barang-barang dan jasa ketangan konsumen. Untuk proses pemasaran terdapat kegiatan yang perlu dilaksanakan yang dinyatakan sebagai fungsi pemasaran yaitu fungsi sebagai wahana peningkatan kegunaan barang yang dikonsumsi oleh masyarakat.

Waktu Dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan, sejak bulan Pebruari sampai April 2011, dengan lokasi penelitian di Desa Citeko Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor Jawa Barat.

Metode Pengambilan Data

Data yang diperlukan untuk penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi langsung ke lokasi penelitian dan mengadakan wawancara dengan petani yang mengusahakan wortel dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disusun sesuai tujuan penelitian. Sedangkan data sekunder dapat diperoleh dari studi kepustakaan, instansi terkait, dan sumber lain yang dapat menunjang penelitian ini.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang dilakukan di tingkat petani dilakukan secara sensus karena jumlah petani yang mengusahakan tanaman wortel berjumlah 25 orang. Menurut Kartono (1989), populasi sebanyak 10-100 orang sebaiknya diambil 100% atau menggunakan sensus.

Sedangkan untuk pengambilan sampel ditingkat lembaga pemasaran yang terlibat menggunakan metode *non probability sampling* yaitu metode bola salju (*snow ball method*) yang dilakukan secara berantai dengan cara mencari informasi dari petani produsen yang diminta untuk menunjukan saluran-saluran yang terlibat di dalam kegiatan pemasaran seperti pedagang pengumpul yang membeli hasil wortel dari petani, kemudian pedagang pengumpul memberi informasi tentang siapa saja yang terlibat dalam pemasaran tersebut (Arikunto, 1996).

Metode Analisis Data

1. Penerimaan

Menurut Sudarsono (1992), total penerimaan dapat dihitung dengan rumus :

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan :

TR : *Total Revenue* / Penerimaan (Rp mt⁻¹)

P : *Price* / Harga (Rp kg⁻¹)

Q : *Quantity* / Jumlah Produksi (kg)

3. Biaya Produksi

Menurut Sudarsono (1992), biaya produksi dapat dihitung dengan rumus :

$$TC = TVC + TFC$$

Keterangan :

TC : *Total Cost* / Total Biaya (Rp⁻¹ mt⁻¹)

VC : *Total variabel Cost* / Biaya Variable (Rp mt⁻¹)

FC : *Total Fixed Cost* / Biaya Tetap (Rp mt⁻¹)

2. Pendapatan

Menurut Suratiyah (2006), pendapatan dapat dihitung menggunakan rumus :

$$I = TR - TC$$

Keterangan :

I : *Income* / Pendapatan (Rp mt⁻¹)

TR : *Total Revenue* / Penerimaan (Rp mt⁻¹)

TC : *Total Coast* / Total Biaya (Rp mt⁻¹)

4. Margin pemasaran

Menurut Soekartawi (1993), margin tataniaga adalah keuntungan atau selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen yang dapat dihitung dengan rumus :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M : Margin Pemasaran (Rp kg⁻¹)

Pr : Harga wortel di tingkat konsumen (Rpkg⁻¹)

Pf : Harga wortel di tingkat produsen (Rpkg⁻¹)

3. Profit atau keuntungan

Profit atau keuntungan merupakan selisih antara margin pedagang dengan biaya total yang telah dikeluarkan pedagang menurut Ahyari (1981), dapat dihitung dengan rumus :

$$\Pi = Mp - Bt$$

Keterangan :

Π : *Profit* / Keuntungan (Rp kg⁻¹)

Mp : Margin pedagangan (Rp kg⁻¹)

Bt : Biaya tataniaga (Rp kg⁻¹)

4. Harga (*share*)

Menurut Hamid (1974), untuk mengetahui besar bagian harga (*share*) yang diterima masing-masing lembaga tataniaga menggunakan rumus :

$$Lp = Hp \times 100 \%$$

Keterangan :

Lp : Bagian yang diterima lembaga (%)

Hp : Harga pada masing-masing lembaga (Rp kg⁻¹)

He : Harga eceran (Rp kg⁻¹)

Hasil Analisis dan Pembahasan

Produksi adalah hasil yang diperoleh dalam satu musim tanam, Berdasarkan hasil penelitian terhadap 25 responden usahatani wortel di Desa Citeko diperoleh hasil produksi sebesar 197.428,57 kg mt⁻¹ ha⁻¹ dengan rata-rata 7.897,14 kg mt⁻¹ ha⁻¹ responden⁻¹. Penerimaan responden diperoleh dengan mengalikan jumlah produksi wortel dengan harga jual wortel yang berlaku ditingkat petani. Harga jual wortel ditingkat petani rata-rata adalah Rp. 1.200 kg⁻¹, Harga jual wortel selalu berubah, ini dikarenakan wortel merupakan komoditi pertanian yang hampir banyak dibutuhkan seluruh masyarakat dengan keanekaragaman kegunaannya, selain itu perubahan musim juga akan mempengaruhi produksi sehingga harga jual wortel pun akan selalu mengalami perubahan.

Total penerimaan oleh yang diperoleh 25 petani responden adalah sebesar Rp. 236.914.285,71 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ dengan rata-rata Rp. 9.476.571,43 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ responden⁻¹. Besar kecilnya penerimaan dipengaruhi oleh jumlah hasil produksi dan harga jual hasil produksi tersebut. Responden yang memiliki produksi tinggi akan mendapatkan penerimaan yang besar dan responden yang memiliki produksi rendah akan mendapatkan penerimaan yang kecil. Secara rinci dapat dilihat pada Lampiran 3 dan Lampiran 11.

5.5. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk seluruh faktor produksi yang digunakan dalam kegiatan usahatani. Biaya produksi yang diperhitungkan dalam penelitian ini terdiri dari biaya tidak tetap yang meliputi biaya sarana produksi untuk pupuk, benih, dan tenaga kerja, sedangkan biaya tetap meliputi biaya penyusutan alat dan biaya lain-lain. Total biaya produksi yang dikeluarkan petani wortel dapat dilihat pada Lampiran 10.

5.5.1. Biaya Tidak Tetap (*Variable Cost*)

Biaya tidak tetap (*variable cost*) adalah biaya biaya yang berkaitan langsung dengan output, yang bertambah besar dengan meningkatnya produksi dan berkurang dengan menurunnya produksi. Biaya tidak tetap berpengaruh terhadap tingkat produksi, biaya variabel terdiri dari biaya pupuk, benih, dan tenaga kerja.

a. Biaya Benih

Benih yang digunakan responden adalah benih citeko dengan harga Rp. 60.000,00 botol⁻¹. Jumlah biaya benih yang dikeluarkan adalah Rp. 28.840.000,00 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ dengan rata-rata Rp. 1.153.600,00 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ responden⁻¹, secara rinci dapat dilihat pada Lampiran 4.

b. Biaya Pupuk

Pupuk yang digunakan petani responden adalah pupuk kandang. Harga pupuk kandang yang berlaku di lokasi penelitian adalah Rp. 20.000,00. Jumlah biaya pupuk yang dipergunakan responden adalah sebesar Rp. 40.000.000,00 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ dengan rata-rata Rp. 1.600.000,00 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ responden⁻¹. Secara rinci dapat dilihat pada Lampiran 5.

c. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja yang diperhitungkan dalam penelitian ini adalah biaya tenaga kerja untuk setiap kegiatan usahatani. Upah tenaga kerja adalah sebesar Rp. 25.000,00 HOK⁻¹. Jumlah upah yang dikeluarkan 25 responden adalah sebesar Rp. 26.843.690,48 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ dengan rata-rata Rp. 1.073.747,62 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ responden⁻¹. Secara rinci dapat dilihat pada Lampiran 7.

5.5.2. Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang tidak berubah meskipun output berubah. Biaya tetap yang dikeluarkan responden meliputi biaya penyusutan alat dan biaya lain-lain. Untuk biaya tetap tidak berpengaruh langsung terhadap tingkat produksi.

a. Biaya Penyusutan Alat.

Biaya penyusutan alat yang dikeluarkan adalah penyusutan alat-alat pertanian yang digunakan dalam kegiatan usahatani seperti cangkul, parang, Gembor. Jumlah biaya yang dikeluarkan petani responden adalah sebesar Rp. 3.435.967,26 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ dengan rata-rata Rp. 137.438,69 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ responden⁻¹, dapat dilihat pada Lampiran 8.

b. Biaya Lain-lain

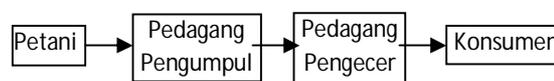
Biaya lain-lain yang dikeluarkan responden adalah biaya sewa lahan. Biaya yang dikeluarkan untuk sewa lahan adalah Rp. 100,00 $\text{m}^{-1} \text{mt}^{-1}$. Jumlah biaya lain-lain yang dikeluarkan oleh responden adalah sebesar Rp. 6.000.000,00 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ dengan rata-rata Rp. 1.000.000,00 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ responden⁻¹, dapat dilihat pada Lampiran 9.

5.6. Pendapatan Usahatani Wortel di Desa Citeko

Setiap petani mempunyai anggaran yang berbeda dalam mengalokasikan biaya sarana produksi sehingga pendapatan yang dihasilkan juga berbeda. Pendapatan petani responden diperoleh dari selisih antara total penerimaan dan total biaya produksi yang telah dikeluarkan dalam satu musim tanam. Jumlah pendapatan dari 25 petani responden adalah Rp. 131.794.627,98 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ dengan rata-rata Rp. 5.271.785,00 $\text{mt}^{-1} \text{ha}^{-1}$ responden⁻¹. Rinciannya dapat dilihat di pada Lampiran 13.

5.6. Saluran Pemasaran Usahatani Wortel

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diketahui saluran pemasaran wortel di Desa Citeko Kecamatan Cisarua Kabupaen Bogor Jawa Barat adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Saluran pemasaran wortel di Desa Citeko (dwi tingkat)

Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran wortel di Desa Citeko adalah petani wortel, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa penyaluran wortel dari 25 orang petani responden terdapat 3 orang pedagang pengumpul dan 8 pedagang pengecer. Keseluruhan petani

menyalurkan hasil produksinya dengan menggunakan jasa pedagang pengumpul.

Saluran pemasaran di Desa Citeko adalah saluran dwi tingkat, yaitu dari petani produsen ke pedagang pengumpul dan kemudian ke pedagang pengecer. Berdasarkan saluran pemasaran tersebut maka jumlah produksi wortel dari 25 petani responden adalah 197.428,57 kg mt⁻¹ ha⁻¹ dengan rata-rata 7.897,14 kg mt⁻¹ ha⁻¹ responden⁻¹, disalurkan kepada 16 pedagang pengumpul yang kemudian akan dijual kepada 49 orang pedagang pengecer yang nantinya akan sampai ketangan konsumen.

5.7. Biaya Margin, Keuntungan dan Share Usahatani Wortel di Desa Citeko

5.7.1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran wortel adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses penyaluran wortel dari produsen sampai ke konsumen akhir.

a. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul

Pada tingkat pedagang pengumpul biaya pemasaran yang dikeluarkan dari 16 responden yang ada di Desa Citeko meliputi biaya pemanenan, biaya angkut, biaya transportasi, dan biaya pengemasan. Biaya pemanenan sebesar Rp. 2.845.000,00 dengan rata-rata Rp. 177.812,50 responden⁻¹. Biaya angkut dan transportasi yang dikeluarkan masing-masing sebesar Rp. 1.725.000,00 dan Rp. 4.150.000,00 dengan rata-rata Rp. 107.812,50 responden⁻¹ dan 259.375,00 responden⁻¹. Biaya pengemasan yang dikeluarkan sebesar Rp. 1.336.500,00 dengan rata-rata sebesar Rp. 83.531,25 responden⁻¹. Total jumlah pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul sebesar Rp. 10.056.000,00 dengan rata-rata Rp. 628.531,00 responden⁻¹. Rincian jumlah biaya pemasaran dapat dilihat pada lampiran 12.

b. Biaya pemasaran pedagang pengecer

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh 49 orang responden yaitu meliputi biaya pengemasan. Biaya pengemasan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengemas wortel yang akan dijual kepada konsumen, biaya pengemasan yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah Rp. 2.274.500,00 dengan rata-rata Rp. 46.418,37 responden⁻¹. Rincian biaya pemasaran pedagang pengecer dapat dilihat pada lampiran 13.

5.7.2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran diperoleh dari selisih antara harga jual dengan harga beli. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada saluran pemasaran dwi tingkat, distribusi margin pemasaran terbagi pada dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Pedagang pengumpul dalam saluran pemasaran ini memperoleh margin masing-masing untuk pedagang pengumpul diketahui bahwa

saluran pemasaran dwi tingkat, distribusi margin pemasaran terbagi pada dua lembaga pemasaran, yaitu pedagang pengumpul dan biaya pengecer. Total margin yang diperoleh pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 19.150,00 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 1.196,88 kg⁻¹ responden⁻¹. Secara rinci dapat dilihat pada Lampiran 14.

Pada pedagang pengecer diperoleh total margin pemasaran sebesar Rp. 48.750,00 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 994,90 kg⁻¹ responden⁻¹. Secara rinci margin pemasaran pedagang pengecer dapat dilihat pada lampiran 15.

5.7.3. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran diperoleh dari selisih antara margin dengan biaya pemasaran. Keuntungan di tingkat petani adalah sebesar Rp. 131.794.627,98 mt⁻¹ ha⁻¹ dengan rata-rata Rp. 5.271.785,12 mt⁻¹ ha⁻¹, Keuntungan pada tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 14.356,32 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 897,27 kg⁻¹ responden⁻¹. secara rinci keuntungan pedagang pengumpul dapat dilihat pada lampiran. Total Keuntungan pada pedagang pengecer sebesar Rp. 47.068,52 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 960,58 kg⁻¹ responden⁻¹. Secara rinci keuntungan pedagang pengecer dapat dilihat pada Lampiran. 14 dan Lampiran 15.

5.7.4. Share Usahatani Wortel

Share yang diterima petani rata-rata 46,75 %, sedangkan pedagang pengumpul memperoleh share sebesar 70,80 % dan pedagang pengecer memperoleh share sebesar 100 %. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Share yang diterima petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer wortel di Desa Citeko Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor Jawa Barat.

Lembaga Pemasaran	Harga Jual Rata-rata (Rp kg ⁻¹)	Share (%)
Petani	1.200,00	50,06
Pedagang Pengumpul	2.396,88	70,64
Pedagang Pengecer	3.392,88	100,00

Sumber : Data Primer (diolah), 2011

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran di Desa Citeko merupakan saluran dwi tingkat yaitu dari petani ke pedagang pengumpul, dari pedagang

pengumpul ke pedagang pengecer sampai produksi wortel ke tangan konsumen.

2. Biaya Pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul sebesar Rp.4.793,68 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 299,61 kg⁻¹ responden⁻¹, sedangkan untuk pedagang pengecer biaya pemasaran yang dikelurakan sebesar Rp. 1.681,48 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 34,32 kg⁻¹ responden⁻¹. Margin yang diterima oleh pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 19.150,00 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 1.196,88 kg⁻¹ responden⁻¹, sedangkan margin yang diterima oleh pedagang pengecer sekitar Rp. 48.750,00 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 994,90 kg⁻¹ responden⁻¹. Keuntungan yang diperoleh petani adalah sebesar Rp. 16.502,83 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 660,11 kg⁻¹, pedagang pengumpul sebesar Rp. 14.356,32 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 897,27 kg⁻¹ responden⁻¹, dan keuntungan yang diterima pedagang pengecer sebesar Rp. 47.068,32 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 960,58 kg⁻¹ responden⁻¹. *Share* yang diterima petani sebesar 50,06 %, pedagang pengumpul sebesar 70,64 % dan pedagang pengecer sebesar 100 %.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, A. 1981. Manajemen produksi pengendalian produksi. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Anonymous. 1997. Kumpulan kliping wortel. Trubus, Jakarta.
- Arikunto, S. 1996. Prosedur suatu pendekatan praktek. Rineka cipta, Jakarta.
- Azzaino, Z. 1992. Pengantar tataniaga pertanian. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. IPB, Bogor.
- Cahyono, B. 2002. Wortel. PT Kanisius, Yogyakarta.
- Departemen Pertanian. 2009. Laporan Tahunan, Jakarta.
- Gilarso, T. 1992. Harga dan Pasar. Kanisius, Yogyakarta.
- Hamid, A.K. 1974. Tataniaga pertanian. Fakultas Pertanian. IPB, Bogor.
- Hanafiah, A.M dan Saefudin. 1993. Tataniaga hasil perikanan. Cetakan pertama. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Kartono, K. 1989. Pengantar metodologi research sosial. Alumni, Bandung.
- Kottler, P. 1990. Manajemen pemasaran analisis perencanaan dan pengendalian. Jilid II. Erlangga, Jakarta.
- Mubyarto. 1994. Pengantar ekonomi pertanian. LP3ES, Jakarta.
- Nitisemito, A. S. 1991. Marketing. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rukmana, R. 1995. Bertanam wortel. PT Kanisius, Yogyakarta.
- Sastraatmadja, E. 1991. Ekonomi pertanian Indonesia. Masalah, Gagasan dan Strategi. Angkasa, Bandung.
- Sigit, S. 1992. Pemasaran praktis. BP-FE, Yogyakarta.
- Soedarsono. 1992. Pengantar ekonomi makro. LP3ES, Jakarta.
- Soekartawi. 1987. Teori ekonomi produksi (Coob Dauglass). Rajawali Press, Jakarta.
- Soekartawi. 1993. Prinsip-prinsip dasar ekonomi pertanian, teori dan aplikasinya. Rajawali Press, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip dasar manajemen pemasaran hasil-hasil pertanian. Rajawali Press, Jakarta.
- Sodiyono, A. 2004. Pemasaran pertanian. Universitas Muhammadiyah. Malang.
- Statistik Indonesia. 2009. Badan Pusat Statistik, Jakarta